知的資産経営報告書 2015

公　開　版

目次

会社概要

商号	株式会社EGS（エグズ）
本店所在地	〒520-2331 滋賀県野洲市小篠原820番地16
創業 / 設立	平成16年3月（2004年） 有限会社設立 （決算期：7月31日）
資本金	800万円
代表者	代表取締役　松崎 悦子
従業員数（役員除く）	2名
電話 / FAX	077-535-5057 / 077-535-5057
WEBサイト	http://egs.shiga.jp/
事業内容	■ イベント企画・運営 ■ 映像制作・音楽・デザインコンテンツ等の広告・宣伝・販促物制作 ■ 地域コミュニティー支援
主要取引先	■ 行政・地域 ➢ 滋賀県/大津市/浜大津水辺夏まつり実行委員会/おおつ灯りのまつり実行委員会/豊郷教育委員会/さざなみホール/滋賀県文化振興事業団 ■ 民間企業 ➢ ㈱滋賀レイクスターズ / ㈱アインズ ■ 音楽・エンターテイメント関連企業 ➢ avexグループ / ㈱ドワンゴ / Victor Entertainment
取引先金融機関	■ 滋賀銀行　栗東支店
加盟団体等	■ 滋賀県中小企業家同友会（湖南支部） ■ 野洲市商工会（小篠原支部） ■ 大津市中心市街地活性化協議会 ■ ラ・フォル・ジュルネ推進委員会 ■ 滋賀県高等学校軽音学部会 ■ BIWAKOハワイアンフェスティバル実行委員会

代表からのご挨拶

自分の人生の中で、何度となく助けられた音楽の力を私は強く信じていて、使命感にも近い想いで、大好きな滋賀の音楽シーンのレベルアップに全力を注いで来ました。

当初は才能ある若者ミュージシャンを応援するという、市民文化活動からはじまりましたが、経済的に自立しなければ、想いだけでは根本的な問題解決にはならないと気付き、事業として成り立たせるということにも努力をしてきました。

目にみえない、形に残らない物を扱う文化事業。「私たちの向って来た方向はブレていないか？」「事業として世間に認められる存在に近づいているのか？」そんなことを確認して、会社の現状を見つめ直し、より大きな夢の実現を目指して歩み出すために、今回この知的資産経営報告書の作成を決意しました。

関わらせていただく全ての人々に、感動と笑顔をお届け出来るよう、今後より一層自社の強みを魅力として磨いていきたいと思っています。

（注）公開版につきましては、数値等を一部非公開にしておりますことをご了承願います。

株式会社 EGS
代表取締役　松崎 悦子

EGS設立の経緯と社名の由来

会社経営をする前、ジャズバーの経営をしていた。その頃は、プロのミュージシャンを招聘したライブを主催していた。そんな中、アマチュアの若いアーティストの練習場所が無いと悩みを聞いたのをきっかけに、アマチュアミュージシャンの練習場所として提供するようになった。

中でも、バーでのライブ運営をよく手伝ってくれて個人的に応援していたGO-z（森田剛治氏）とSinta（寒竹伸太氏）という二人の若者の音楽ユニットがあり、その2人を何とか有名にしたいという思いが強くなり、その2人のメンバーと私とで1999年に、私の名前の悦子のE、剛治のG、伸太のSをとって「EGS（エグズ）ミュージックワークス」という団体を作り活動開始。このユニットを地元のイベントや音楽ライブなどで演奏できるようにと売り込んだ。

ところが、活動していくうちに、私達は自分自身がステージに立つことだけが唯一の道ではなく、滋賀の音楽シーンを盛り上げて行きたいと考えるようになった。

そこで、「エグズ・ミュージックワークス」を会社組織にし、それまで経営していた飲食店を辞めて、音楽・イベントのプロデュース業一本でやっていこうと決意。

50歳で音楽イベントを中心に企画・制作の会社を立ち上げ、若者からシニア世代まで幅広いアーティストを抱え、県内の市町村やまちづくりイベントを企画している団体等に積極的に声をかけながら、地元アーティストを育てようという想いとまちづくりへの想いで、アーティストの発表の場を提供している。現在は、音楽イベントプロデュース・運営・制作で培った強みや経験、ノウハウをもとに、企業向けの販促用映像・デザイン・フライヤー等のコンテンツ制作を提供している。

沿革

年	月	内容
1999年(H11)	4月	•「EGS･ミュージックワークス」立ち上げ ✓ 優秀な地元ミュージシャンを応援しようと、ミュージシャン･アーティストのネットワーク構築を開始。自ら経営する飲食店を拠点に音楽プロモーション事業を始める。 ✓ 滋賀の音楽発信サイト「MusicShiga.jp」を開設。 ✓ 自社レーベル「BIWKO record」からCDプレス発売開始。
2004年(H16)	3月	•「有限会社EGS」 設立 （本店所在地：草津市野路）
2005年(H17)		• 音楽市民団体「浜大津サウンドピクニック」結成
2006年(H18)	8月	•「㈱シガMEC」との合併に伴い、㈲EGSを解散登記 •「㈱シガMEC」のEGS部門としてイベント･音楽関連事業を継続 ✓ ㈱シガMECより、コンテンツ開発部門として合併を持ちかけられる。 ✓ 構築したアーティストネットワークを活かし、イベント企画提案事業を開始。 ✓ ステージ演出やミュージックプロモーションのために、映像制作開始。
		•「㈱シガMEC」がEGS部門を分社化 • 松崎悦子が「㈱シガMEC　EGS社」の代表責任者に就任 • 大津市大江の龍谷大学RECに事務所開設
		•「㈱シガMEC　EGS社」を再度「㈱シガMEC」に吸収 • 松崎悦子が「㈱シガMEC」の取締役に就任
2007年(H19)	8月	•「㈱シガMEC」が関連会社として「近江そーらー和船㈱」を設立 ✓ 後に㈱EGSになるため、この期が第1期決算期になる。
2010年(H22)	8月	•「㈱シガMEC」が「近江そーらー和船㈱」にEGS部門を譲渡 •「近江そーらー和船㈱」を「㈱EGS」に商号変更（同時に目的変更） • 松崎悦子が「㈱EGS」の代表取締役に就任 ✓ ㈱EGSとしての独立で、これまでの経験等を活かし、映像制作やオペレーション関連事業を開始。
	10月	• 資本金を100万円から800万円（16,000株）に増資 • 松崎悦子が「㈱EGS」の発行済株式の55%に当る8,800株を取得
2012年(H24)		• 野洲市小篠原へ事務所･倉庫移転 • CG･3D･アニメーション等の創作映像部門を強化
2014年(H26)	10月	• 野洲市小篠原を本店登記
2015年(H27)	1月	• 事業内容を部門化 ✓ 専門化を図り、得意分野（制作、イベント企画運営）に特化する方針を執る。 ➢ アーティスト（ミュージシャン等）ネットワークの再構築 ➢ 音楽関連コンテンツを最大限活かしたアトラクション･イベント企画制作 ➢ 音響･照明等のハード面においてパートナー企業への全面委譲開始
	9月	•「オクトーバーフェスト&ジャズフェスin野洲2015」を企画し運営を受託

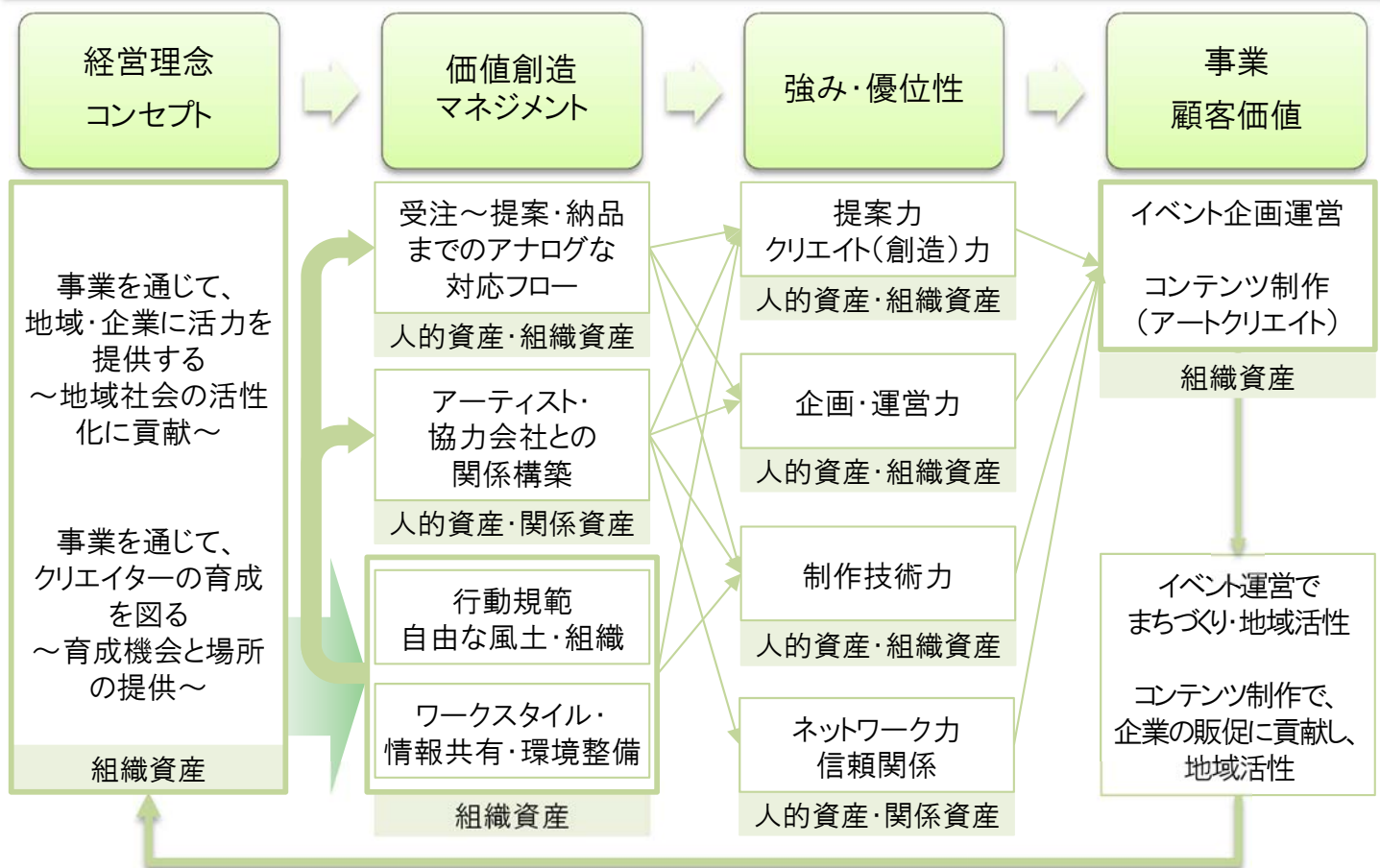
経営理念

事業を通じて、地域･企業に活力を提供する
～地域社会の活性化に貢献～

事業を通じて、クリエイターの育成を図る
～育成機会と場所の提供～

「伝えたい想い」を「伝わる形」に
自己表現を希望するお客様に「アイデア」と「技術」と「寄り沿う心」で、
想像をはるかに超えるワクワクする作品を提供していく。
社会的に大きな変化をもたらす自発的な人･組織でありたい。

価値創造ストーリー概要

経営理念 コンセプト	価値創造 マネジメント	強み･優位性	事業 顧客価値
事業を通じて、地域･企業に活力を提供する ～地域社会の活性化に貢献～ 事業を通じて、クリエイターの育成を図る ～育成機会と場所の提供～ 組織資産	受注～提案･納品までのアナログな対応フロー 人的資産･組織資産	提案力 クリエイト(創造)力 人的資産･組織資産	イベント企画運営 コンテンツ制作（アートクリエイト） 組織資産
	アーティスト･協力会社との関係構築 人的資産･関係資産	企画･運営力 人的資産･組織資産	イベント運営でまちづくり･地域活性 コンテンツ制作で、企業の販促に貢献し、地域活性
	行動規範 自由な風土･組織 ワークスタイル･情報共有･環境整備 組織資産	制作技術力 人的資産･組織資産	
		ネットワーク力 信頼関係 人的資産･関係資産	

≪参考:知的資産の3分類≫
【人的資産】･･･従業員の技･知識や勘など、従業員が退職すると企業が失う資産
例）個人の知識、ノウハウ、経験、スキル、対応力、営業力等
【組織資産】･･･従業員の間で共有が可能であり、従業員が退職しても企業に残る資産
例）経営理念、データベース、教育システム等の仕組み、知的財産権等
【関係資産】･･･外部との関係から構築された資産
例）顧客関係、顧客満足度、販路、供給業者との関係、ネットワーク等

事業内容

イベント企画運営事業

音楽は文化であり、音楽を通じたイベントは地域活性に一役買います。
当社では、これまで培ってきた実績での提案力やアーティストやパートナー企業とのネットワークを活かして、音楽ステージを含むイベントを中心に、ジャンル・予算・対象年齢などに関わらず、多彩な企画をご提案致します。企画書・台本の作成、出演者・司会者手配、音響・照明、映像、フライヤー・ポスター等のデザイン、印刷、舞台進行、ステージ設営などを含め、企画から当日の運営、進行までトータルでプロデュース致します。

イベントの企画・運営を通じて、まちづくり・地域活性に貢献

■ **イベントの企画・運営における当社の強み・特長**

- ネットワーク力
  - ➢ アーティスト、外部協力先などとの繋がり。
- アーティストとの信頼関係
  - ➢ 長年培った信頼関係。
- アーティストのブッキング力
  - ➢ ネットワークの広さと信頼関係によるブッキング。
- 提案力
  - ➢ 要望に応じ、広いネットワークを生かした提案。
  - ➢ 企画・運営だけでなく、様々な手配も当社で一貫して行う。
  - ➢ 首都圏の企業と比べ最大1/3程度の金額で提案が可能。
  - ➢ 受注先のほとんどがリピート。
- 企画・運営力
- 行政からの信頼(行政と当社の想いの一致)
  - ➢ これまでの実績や信用により、口コミによる受注。(「顔」で仕事が来る)

■ **主な内容**

- 音楽ステージを含むアトラクション・イベントの企画・立案・運営
  - ➢ 出演者(アーティスト・司会等)の手配のほか、音響・照明も行う。

■ **主なイベント種別**

- 各種コンサート企画・運営
- 企業及び団体のパーティー・祝賀会のためのコンサート企画・運営
- まちづくり事業・活性化事業・文化事業・福祉事業等のためのコンサート企画・運営
- 歌声喫茶企画・運営
- 自主企画コンサートの企画・運営

■ **企画・運営の主な実績** (《》内は観客動員規模)

- BIWAKOハワイアンフェスティバル 《2万人》
- 大津ジャズフェスティバル 《3万人》
- 浜大津サマーフェスタ 《15万人》
- 滋賀レイクスターズホームゲーム(演出) 《2千人/1試合×13試合》
- ラ・フォル・ジュルネびわ湖 《3万人》
- じんけんフェスタしが 《1千人》
- びわ湖トライアスロンin近江八幡 《1万人》
- 草津音楽甲子園 《300人》
- けいおん JR大津駅前 社会実験野外Live
- 軽音楽部クラブ対抗コンテスト in 野洲 《8千人》
- さざなみホール歌声喫茶 《100人》
- 「豊栄のさと」ロビーコンサート 《30人》
- ハイウエイサイドタウン夏祭り 《500人》
- おおつまちなか食と灯りの祭り 《2千人》
- オクトーバーフェスト&ジャズフェスin野洲 《5千人》
- その他多数

事業内容

映像・デザイン等のコンテンツ制作事業（アートクリエイト）

映像の可能性は無限大です。見ることは一番確かで、一番わかりやすい伝達方法です。必要とされる場面によってその表現方法は変わります。インパクトの強さ・正確さ・安易さ・感動度・美しさ・余韻・芸術性、それら求められるすべての課題に全力でお応えします。
ひとつの情報を伝えるにも、映像には無数の手法があります。当社では、その中でお客様にとって何が効果的で、何が経済的で、何が満足頂けるのかを考えご提案しています。
また、デザイン制作では、コンセプトワーク・デザインワークを含む企画から最終仕上げまで当社で行います。

映像・デザイン等を通じて、企業等の発展・繁栄に貢献

■ 主なサービス・強み・特長
- 映像制作
  - ➢ エンターテイメント、プロモーション、記録映像等
    - ✓ 3D・CGやアニメーション映像等の技術
    - ✓ 大手音楽映像企業を含めた豊富な事例
- デザイン制作
  - ➢ フライヤー、ポスター、イラスト、ロゴ・キャラクターデザイン、その他販促用印刷媒体等
    - ✓ 映像制作で培ったノウハウやグラフィックスを活用し、視覚に効果的に訴求するコンテンツ

より正しく、より効果的に、「伝えたい想い」を「伝わる形」に！

丁寧
- ・制作担当がオーダーメイド
- ・ひとつひとつ愛情をこめて制作

スピーディー
- ・制作担当が顧客と直接対応
- ・顧客の要望をダイレクトに反映

納得価格
- ・予算範囲内で最適な方法を提案
- ・バランスあるQ・C・Dを実現

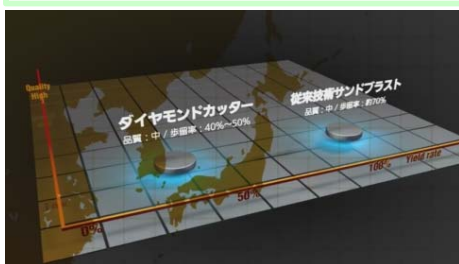
エンターテイメント映像

3D、CG、アニメーション等の映像を取り入れた演出で、会場・ステージを格段にグレードアップ！

- イベント演出、コンサート収録、ミュージッククリップ、プロジェクションマッピング等

プロモーション映像

“わかりやすい”映像演出で、企業や商品の魅力等を効果的にプロモーション！

- 会社案内、店舗・施設等のPR、テレビCM、製品デモンストレーション、取扱説明映像等

記録映像・研修用映像等

受け手の視点を重視した飽きずに正しく伝わる映像をご提供！

- 教育・研修・マニュアル映像、社史、周年記念、会議中継、インタビュー、体操教則等

ロゴ・キャラクター等のデザイン

フライヤー・ポスター等

各種販促用印刷媒体等

■ 主な事例
- avex「和楽器バンド」ロゴデザイン
- SQUARE ENIX「千年勇者」販促PV
- Victor Entertainment「りぶ」クロスフェード映像
- 滋賀レイクスターズ オープニング映像等
- ㈱近畿理研　50周年記念PV
- ㈱遠藤製作所　企業紹介PV
- ㈱古川与助商店　企業紹介PV
- ワールド工業㈱　製品紹介PV
- 京都Zest御池 ヴィジョン用番組制作
- 大津市企業局「Kicoco」アニメーション映像
- 滋賀県人権啓発「ジンケンダー」CM企画制作
- 甲賀市市長選候補者決起集会映像
- 滋賀県社会福祉協議会 地域活動紹介映像
- 近江八幡市介護予防教材ビデオ
- 槙野綾CDアルバムアートワーク
- びわ湖大津灯りの祭りポスター等
- その他多数

知的資産と知的資産を生み出す価値創造マネジメント

イベント企画運営における強み・知的資産・マネジメント

当社のイベント企画運営事業において、信用や評判を頂いている源泉は、大きく分けると3つあります。1つは、これまで培ってきたアーティスト等とのネットワークや信頼関係です。2つめが、きめ細かな個別対応とこれまでの実績による提案力。そして3つめが、協力先等とのネットワークなどでワンストップで対応できる企画・運営力です。これらが当社の強みでもあります。

音楽イベント企画運営事業が軌道に乗るまで

内容	詳細
イベント開催エリアの絞り込み	• 滋賀県の中でも、「なぎさフェスティバル」などの大きなイベントが多く開催されていた大津市に絞り込んだ。 • 当時は、びわ湖放送やFM滋賀が企画・運営を多く手掛けていた。
↓	
市民団体結成	• 2005年「浜大津サウンドピクニック」という団体を作り、商店街の店先や神社、駅前などで地元アーティストが演奏するイベントを展開。 • これを機に県や市町村からの信用を得て、まちづくりイベントなどの企画に関われるようになる。
↓	
アーティスト登録サイト構築 （ネットワーク構築）	• 2006年に、飲食店経営時代にライブ企画を多く手掛けた際の経験やネットワークをもとに、「MusicShiga」というアーティスト自身が楽曲をPR出来る紹介サイトを構築。 • 数百万円かけて自社でサーバーやプログラムを購入して構築。 • 「YouTube」のように、CD以外で実際の音楽を聴いて確認することができる媒体が今ほどなかったので、このサイトは画期的でもあった。 • アーティストとの距離も近く信頼関係もあったことから、プロ・アマ問わず様々なジャンルで300～400人のアーティストが登録。 • この「MusicShiga」により、質の高い音楽提供の基盤を作った。
↓	
新聞メディアへの露出	• 滋賀発のミュージシャン・アーティストサイトとして「MusicShiga」が県内で注目を浴び、新聞やメディアで取り上げられることが多くなった。 • 県や市からも、登録アーティストの多さなどに興味を持たれたり、アドバイスを求められるようになる。
↓	
「MusicShiga」をもとに営業	• 新聞・メディアで取り上げられたことから信用を得やすく、県や市の行政にもアプローチしやすくなっていた。
↓	
大津市などの行政から 音楽イベント企画・運営を受注	• 独自のネットワークで、プロ・アマ、ジャンル問わずアーティストを手配できることから、要望に応じて提案ができ、信頼関係を構築。 • 「滋賀の文化事業への貢献」・「文化でまちづくりを」という想いも一致。 • 行政が企画のイベントでは、アーティストもボランティアで出演することが多い中、アーティストにも報酬を発生させたことで、アーティストの意欲もより高まる。
↓	
信用・評判・ブランド構築	• 大津市の約8割の音楽イベントに関与し、口コミで企業からの受注へ。

メディア掲載例

INTERVIEW

地元アーティストにもっと表現の場を

音楽プロデューサー　松崎悦子さん

CMなどの音源制作やイベント企画を通して、県内のアーティストの活動を応援する(株)シガMEC EGS。インディーズCDを制作する「BIWAKO record」やアーティスト自身が楽曲をPRできるインターネットサイト「Music Shiga」の運営、各種ライブ開催など、幅広く事業を手がける同社社長の松崎悦子さんとは、どんな人物なのだろう。

◇　◇　◇

「楽器は左右の手が同時に動いちゃうし、ジャズボーカルを録音して聴いてみたら『これ、演歌?!』だし、私自身は歌も演奏もダメ」と笑う松崎さん。音楽に携わるようになったきっかけは、「25歳までに寿退社」な社会風潮の中、26歳の自分に再就職は無理と考えて」小さなジャズバーを開いたことだった。「プロ・アマ問わず、毎週ライブを開くうち、多くのアーティストたちと知り合うように。社会的信用はなかったけど、"人財"だけは豊富でした」。

しかし交流が広がるほど、自店でのライブ開催に限界を感じていく。「それで店の外に目を向けたんです。彼らの活動の場を広げたくて。ところが滋賀には、アマチュアのジャズやロックアーティストの活動場所が少ない。公共施設ではクラシックコンサート的なイベントばかりで…。公の場所なら、誰もが自由に使っていいですよね。ただ、それを個々で折衝するのは難しい。そこで私たちがパイプ役になることにしたんです」

松崎さんと、バーでのライブ運営をよく手伝っていたアーティストのGoーz(ゴージ)さん、Singta(シンタ)さん。頭文字から命名した「EGS」の3人が1999年、本格的に活動を始める。「最初は街頭で『公共施設でのロックライブをどう思うか?』とアンケートを取り、結果を25の公共施設に持ち込もうとしました。実際に行けたのは3カ所だけで、あとは電話で『来ていただかなくていいです』と言われましたけど（笑）」

あきらめずコツコツと

1954年、旧中主町（現野洲市）生まれ。高校卒業後、コンピュータ関連企業に約8年間勤務。体調を崩して退職後、26歳でジャズバーを開店。経営の傍ら、EGS（エグス）を結成し、無償で地元の音楽アーティストの支援活動を開始。2002年バー閉店。2003年(有)EGS設立。2006年8月、通信関連企業・㈱シガMECとの合併により、㈱シガMEC EGS社の社長に就任。http://www.ex.biwa.ne.jp/~egs-hit/　※12月17日（日）午後1時〜、大津市社会教育会館で「おやじバンド」ライブを企画（入場無料）

2006年11月4日　「リビング滋賀」掲載

ワイド滋賀ニュース

滋賀発　アマ ミュージシャン サイトで支援

滋賀県で活動するミュージシャンを紹介する「ミュージックシガ」

昨年発足　活動情報公開、曲試聴もOK

県内で活動するアマチュアミュージシャンを紹介するため、昨年に発足したインターネット上のサイトが、県内の音楽活動の盛り上げに一役買っている。活動情報を見たり、曲の試聴ができ、まだ世に出ていない地元のミュージシャンをいち早くチェックできるのがセールスポイントだ。

サイトは「ミュージックシガ」で、県の音楽イベントの企画などを手がける「シガMEC　EGS社」（大津市瀬田大江町）が昨年4月に作った。ロック、ポップス、アコースティック、クラシックなど11種類の音楽のバンドやソロミュージシャンを紹介している。

ライブやCDの発売情報、メンバーの名前や結成の経緯などを載せており、最大3曲までオリジナル曲を聴ける。ファンクラブに登録するとミュージシャンに直接メールを送れる。

運営者「お気に入り見つけて」

立ち上げ時は約60件だったが、1月平均5件ずつ増え、16日時点で101件の登録がある。

松崎悦子社長(52)は「見た人がお気に入りのバンドを見つけたり、全国で活躍するミュージシャンが出てくれればうれしい」と話している。

アドレスはhttp://musicshiga.jp/

2007年1月17日「京都新聞」掲載

自分色インタビュー　今が一番　自分色に染める達人からのメッセージ

「風」と「音楽」に支えられ、岐路に立つと、消去法で自分に出来ることを選びながら、納得できるものを探してきた。

音楽プロデューサー（株式会社EGS代表取締役）
松崎悦子さん（59歳）

「滋賀発信の大きな音楽イベントを作り上げるのが夢です。頼まれてギャラをもらって演奏して帰るだけというものではなくて、有名アーティストがこのために滋賀に来て、コンサートを録音したものがアルバムになる、というくらいすごい演奏が出来る場所、そんなライブを作りたいですね」。

▲事務所には、松崎さんの座右の銘となっているマザー・テレサの言葉が掲げられている

地元のミュージシャンを発掘して有名にしたいという思いが、音楽プロデューサーの出発点。

飲食店を開いていた頃、音楽好きの十歳代の子が、滋賀で安価の練習場所がないと悩み事を聞いたのがきっかけで、滋賀の若いミュージシャンを応援しようと決意。五十歳で音楽イベントを中心に企画・制作の会社を立ち上げ、若者からシニア世代まで幅広いミュージシャンを抱え、県内のイベントに積極的に声をかけながら、採算度外視でミュージシャンの発表の場を提供している松崎悦子さん。地元ミュージシャンを育てようとする思いと、まちづくりについて、語っていただきました。

■松崎さんは以前、飲食店をされていたそうですが、現在の音楽イベントをメインとする企画・制作の仕事を始めたきっかけは何だったのでしょうか？

松崎　そのとき開いていた飲食店は時々ライブハウスとして経営もしていたんです。個人的に応援している森田剛治君と寒竹伸太君という二人の若者の音楽ユニットがあって、その二人を何とか有名にしたいという思いがありました。そこで、その二人のメンバーと私とで一九九九年に、私の名前の悦子のE、剛治のG、伸太のSをとって「EGS（エグズ）ミュージックワークス」という団体を作り、活動を始めました。このユニットを地元のイベントや音楽ライブなどで演奏できるようにと売り込んだんです。

ところが活動していくうちに、この二人は自分自身がステージに立つだけがメジャーな道ではない、滋賀の音楽シーンを盛り上げて行きたいと考えるようになりました。そこで、「エグズ・ミュージックワークス」を会社組織にし、それまで経営していた飲食店を辞めて、音楽・イベントのプロデュース業一本でやっていこうと決意しました。

■そもそも松崎さんが音楽に興味を持ったのはいつ頃ですか。

松崎　父の影響もあって音楽は小

2013年9月13日　滋賀県社会福祉協議会発行の「じゅげむ　第92号」掲載

知的資産と知的資産を生み出す価値創造マネジメント

アーティスト等とのネットワーク・信頼関係／ブッキング力

■ **強力なアーティストとのネットワーク**

- バー経営時代からの繋がり
  - ➤ バー経営時代にライブを多く企画し、多くの若手アーティストに演奏の場を提供してきたことで、アーティストとのネットワークや信頼関係が構築されている。
  - ➤ 有名になったアーティストでも、破格の報酬で出演に応じて頂ける関係。
    - → 過去に、日本を代表するジャズ･トランペット奏者の日野皓正氏も出演して頂けた。
- 「MusicShiga」でさらにネットワーク・信頼関係を強化
  - ➤ 2006年にアーティスト自身が楽曲をPR出来る紹介サイトを構築し、300～400人のアーティストが登録。
  - ➤ プロ･アマ問わず、あらゆるジャンルのアーティスト。
- プロ･アマ、ジャンルを問わず多様なアーティストとの関係
  - ➤ 信頼関係があることから、普通では演奏しない所でも、協力的に応じて頂ける。
    - → 風の激しいところでのバイオリン演奏など。

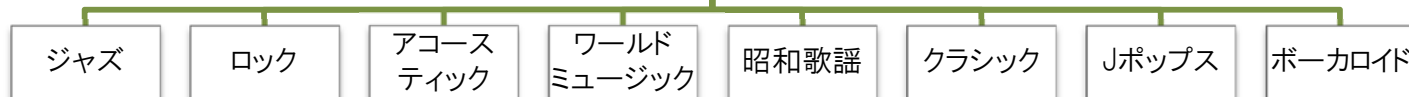
300～400人のアーティストが登録した「MusicShiga」（現在は閉鎖）

＊ Youtube等のインターネットで個人が無料で動画を配信できる仕組みが普及したことにより、現在はアーティストが各自でネット上に動画をアップしている。

■ **アーティストネットワークの音楽ジャンル**

松崎

幅広いジャンルのアーティストのブッキングが可能

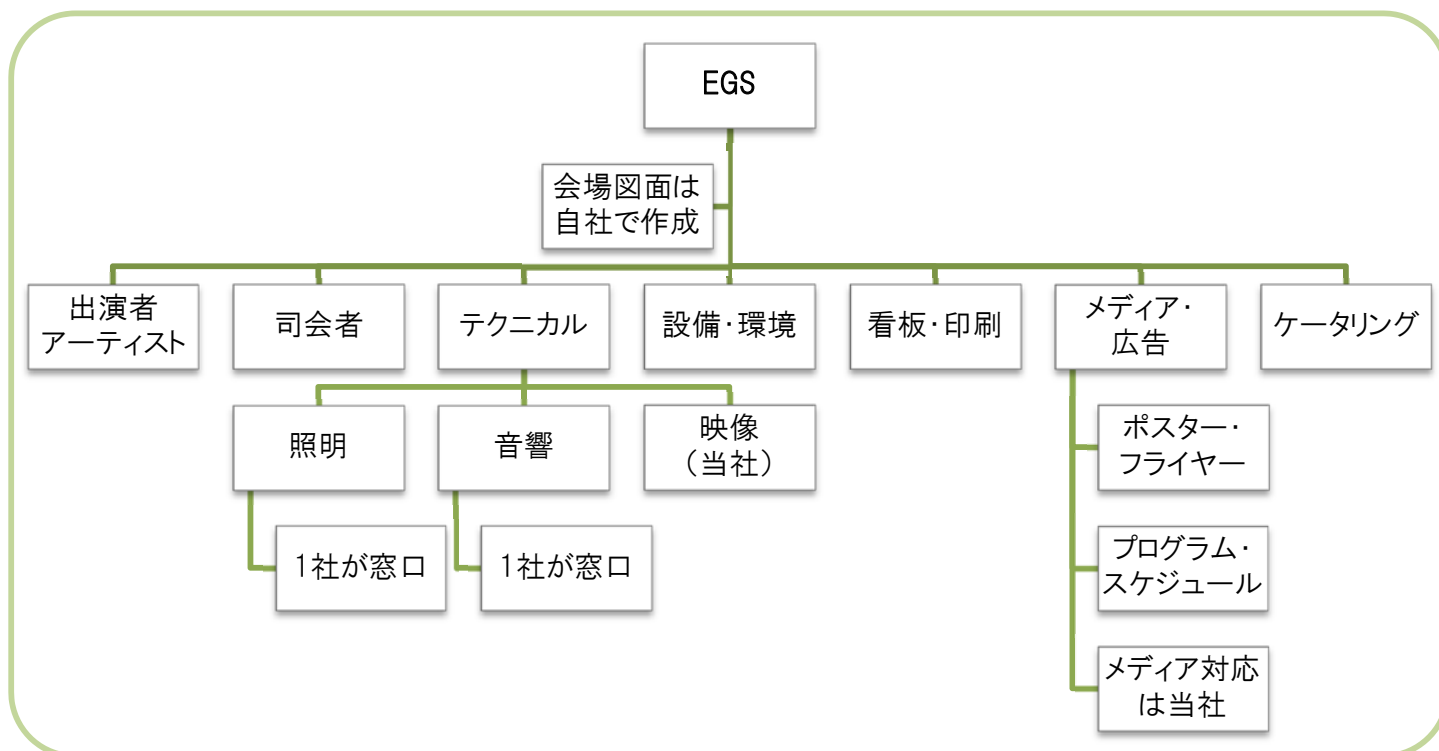
- ジャズ
- ロック
- アコースティック
- ワールドミュージック
- 昭和歌謡
- クラシック
- Jポップス
- ボーカロイド

様々なジャンルのアーティスト一例
①濱田博行（トランペット） ②ガイア･クアトロ（ワールドミュージック） ③JERRYBEANS（ロックバンド）
④詩音（歌のユニット） ⑤JABBERLOOP（ジャズバンド） ⑥宮原春彦（歌手） ⑦西村有香里（サックス）

■ **音楽以外の種別のネットワーク**

- 司会･MC
- パフォーマー
  - ➤ バルーン･クラウン･似顔絵･ジャグリング･着ぐるみ
- 声優
- ナレーター（日本語･英語）

左：小野千穂（司会） 右：泉ゆうこ（司会）
中：うたうどうつぶえん（大道芸）

知的資産と知的資産を生み出す価値創造マネジメント

運営におけるネットワーク

■ **出演者・アーティスト** （☛P.10参照）
- 当社が当日の宿泊先の手配、会場控室・スケジュール調整、報酬の提示などを行う。
- 出演者はプロ・アマ問わず、受注先の要望に応じて、最適な人を選定。

■ **司会者**
- 司会の上手さでイベントが引き締まるため、プロの司会者を、男・女、報酬、スケジュール等を加味して手配。
- 約10名のネットワークがあるが、スケジュール等で合わない場合は、そのネットワークから紹介を頂く。

■ **テクニカル**
- 自社で機材を保有しており、基本自社で人と機材を用意するが、収容人数が300人以上の規模のイベントの場合は機材を外注し、必要であれば人も手配。
- 自社機材を使い、オペレーターだけ手配することもある。
- 照明・音響それぞれで窓口を1社に一本化。
- 映像に関して、コンテンツは自社で制作するが、規模によっては機材を手配することもある。

■ **設営等の設備・環境**
- ステージなどの構造物や設営工事などを手配。
- 会場の使用許可などに必要な図面作成は松崎が行う。
- 営業以外は、イベントにおける各種手配、運営、段取り等は安田が担当。
  - ➢ 小さなイベントでは安田が全て取り仕切る。

■ **看板・印刷物**
- デザインなどのコンテンツは自社で制作。

■ **広告・メディア**
- フライヤーやプログラム等は自社で制作。
  - ➢ 映像コンテンツがある場合は、映像とリンクさせて統一感を出す。
  - ➢ 出演者紹介・タイムスケジュール等のプログラムのほか、スタッフの行動スケジュールなどの内部プログラムも自社で作成。
- びわ湖放送やFM滋賀などメディアとのコネクションにより、告知のための出演交渉も自社で行う。

■ **ケータリング**
- 当日の飲食販売やそのスタッフなどを手配。

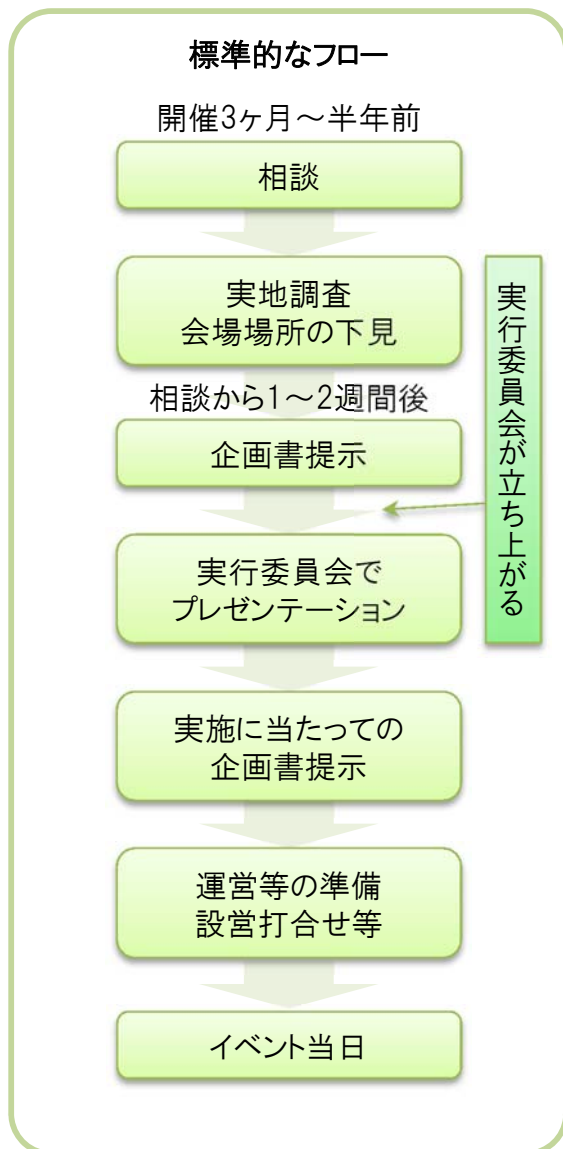
運営に関する手配は自社で一括手配
ワンストッププロデュース

主要協力先・外部取引先

	主要協力先・外注先	所在地	取引開始年	主な協力内容	取引理由、メリット、特長等（担当者も特徴等も含む）
1	㈲LOSwell	大津市	2009年	音響関係	県内で一番最新鋭の機材を揃えている。 誠実／若い／夢がある／音楽好き／楽しく仕事ができる
2	㈲ライト・イット	長浜市	2008年	照明関係	県からの受注歴も長く信頼できる。 音楽好き／楽しく仕事ができる
3	滋賀建機㈱	愛荘町	2009年	設備関係	レイクスターズの仕事も一緒にやってきた信頼感。 現場好きな人が多い／責任感が強い／楽しく仕事ができる
4	㈱カイヤプロジェクト	東京都	2000年	ミュージシャン斡旋	外国人アーティストが主で、当社がプロデュースするイベントに合うアーティストをピックアップしてくれる。 当社と価値観が似ている／責任感が強い／誠実
5	ヤマコン展装	野洲市	2015年	看板製作	レイクスターズや滋賀建機社とも取引があることから、ヨコの連携が取れ、一体感があり、仕事がしやすい。
6	テックトランス㈱	東京都	2003年	CD・DVDのプレス・コピー	
7	(一社)滋賀県ケータリング協会	野洲市	2013年	ケータリング	ケータリング事業者の斡旋、企画、提案ができ、レイクスターズの仕事も受けていたことから、話が早い。
8	馬場順一	彦根市	2008年	映像制作	才能があり、能力も高く仕事が早い。 誠実／理解力がある（土佐との相性もいい）

提案力

■ 提案力のポイント
- 目的、開催場所、客層、実行委員の考えなど様々な要素を加味して提案。
- すべて個別対応。
- 豊富な実績を基に、事例を交えながら提案。
- ネットワーク力によりワンストッププロデュースを提案。

担当者との信頼関係を構築することで、満足度・評価も上がる。

■ 相談・打合せでの対応
- イベント内容、目的、予算等を確認。（松崎が打合せ）
- 予算以外は、1回目の相談で決まることが少ないので、担当者とは何度も打合せを重ねる。
- 潜在的ニーズ・意図・課題の掘り起こし。
  - ➢ 雑談などもしながら意思疎通を図る。
  - ➢ 阿吽の呼吸で理解しあえるほどの信頼関係を構築。
- 決定権者の希望もヒヤリングする。

■ 実地調査
- 会場、街並、過去のイベント歴、来客導線、交通・駐車場等の状況など細かくチェック。
- 映像が使える会場なのか（スクリーンの有無、適度な照度など）もこの時に調査。

■ 最初の企画書提示・プレゼンテーション
- 金額は決定しているので、打合せおおまかな内容を提示。
- 企画書を基に、実行委員会の方へプレゼンを行う。

■ 実施に当たっての企画書
- プレゼンで承諾を得ることができたら、イベント実施に向けての具体的な企画書を提示。
- 社内ではテクニカルな打合せを行う。

■ 運営等の準備・設営打合せ等
- フライヤー、デザイン、PR告知の段取り。
- 駐車場、スタッフ用弁当、出演者の手配・ホテル予約、場所の使用許可、設営に関わる業者やタイムスケジュール等の段取り。
- 設営等においては現場監督として指揮を執る。
- 当社で一括管理することで、スムーズに進めることが可能。
- 施設等の会場にテクニカルスタッフ等がいる場合は、当社や協力会社のスタッフが直接打合せも行う。

知的資産と知的資産を生み出す価値創造マネジメント

企画・プロデュース・運営力

■ **企画・運営・映像・音響・設営・各種手配をトータルでワンストップ**
- 自社の技術やネットワークの活用でトータルプロデュース。
- イベント企画だけでなく、会場の設営などの現場作業、タイムスケジュール等も自社でマネジメントし指揮を執る。
- 設営に関しては、ステージだけでなく、すべての関係先と連携することで、設営・工事に関わる協力業者の出入りを調整したり、現場の人と意思疎通することで、スムーズで効率的な設営・工事を行う。
- 当日までの進捗状況をマネジメントするとともに、当日のリスク回避にも努める。
- 当社社員（クリエイター）も現場作業を行うことから、現場を理解したコンテンツ制作が可能。

イベント関係における加盟団体・関与団体

■ 主な県・市町主催イベントの実行委員等の役職歴等

主な県・市町主催イベント・委員会等	役職等	企画・運営等の請負
☆ 現在		
BIWAKOハワイアンフェスティバル	発起人事務局長	企画・運営(2010～)
ラ・フォル・ジュルネびわ湖　推進委員会	委員(2010～)	企画・運営(2010～11)
大津中心市街地活性化協議会	委員(2008～)	
大津市民音楽ネットワーク	代表(2010～)	
滋賀県高等学校軽音部会 クラブ対抗コンテスト	実行委員	共催(2010～) 主催(2015～)
大津駅前社会実験ライブ　実行委員会	委員(2009～)	
★ 過去		
浜大津春待ち灯り（音楽部門）	協働(2006～)	企画・運営
はまおおつフェスタ（音楽部門）	協働(2006～)	企画・運営
湖都古都ジャズ電車	協働(2009)	企画・運営
草津音楽甲子園		企画・運営(2008～)
浜大津サマーフェスタ　実行委員会	委員	企画・運営(2008～)
びわこ大津夏まつり		企画・運営(2009)
じんけんフェスタしが		企画・運営(2010～11・13)
浜大津サウンドピクニック　実行委員会	設立、実行委員長(2005～)	
おおつ食と灯りの祭　実行委員会	実行委員・広報部長(2007～)	
おおつ駅前を考える会	発起人(2009)	
大津ジャズフェスティバル	発起人(2009)	
FM東近江「Music Box」	メインパーソナリティー (2008～)	

イベント企画運営事業における受注先

	受注先	所在地	取引開始年	主な受注内容
1	㈱滋賀レイクスターズ	大津市	2008年	ホームゲーム演出・映像制作
2	滋賀県	大津市	2005年	じんけん啓発関係・文化事業等
3	浜大津水辺夏まつり実行委員会	大津市	2007年	浜大津サマーフェスタ
4	アインズ㈱	竜王町	2009年	イベント企画・映像制作
5	滋賀建機㈱	愛荘町	2008年	イベント企画
6	(公財)滋賀県文化振興事業団	大津市	2000年	各種イベント企画運営等
7	びわこハワイアン倶楽部	大津市	2009年	フェスティバル開催企画
8	日本生命保険相互会社	各地	2010年	ジャズコンサート企画
9	滋賀県後期高齢者医療広域連合	大津市	2010年	会議等の音響関係
10	豊郷文化協会	豊郷町	2005年	コンサート企画
11	さざなみホール	野洲市	2005年	歌声喫茶共同開催
12	大津マリー自治会	大津市	2008年	コンサートイベント
13	ハイウェイサイドタウン自治会	湖南市	2008年	イベント企画
14	琵琶湖汽船㈱	大津市	2007年	イベント企画
15	㈲ライト・イット	長浜市	2008年	イベント企画
16	京都センチュリーホテル	京都市	2013年	イベント企画

コンテンツ制作事業における受注先

	受注先	所在地	取引開始年	主な受注内容
1	㈱滋賀レイクスターズ	大津市	2008年	ホームゲーム演出・映像制作
2	(公財)滋賀レイクスターズ	大津市	2012年	デザイン制作
3	エイベックス・ミュージック・クリエイティヴ㈱	東京都	2014年	CG・アニメーション制作
4	㈱JVCケンウッド・ビクターエンタテインメント	東京都	2014年	CG・アニメーション制作
5	㈱ドワンゴ・ユーザーエンタテインメント	東京都	2014年	CG・アニメーション制作
6	滋賀県	大津市	2005年	じんけん啓発アニメPV
7	アインズ㈱	竜王町	2009年	映像制作
8	㈱シガMEC	栗東市	2005年	デザイン制作
9	GraphicDesign HESO㈲	栗東市	2012年	映像制作
10	(社福)滋賀県社会福祉協議会	草津市	2012年	映像制作
11	(公財)滋賀県文化振興事業団	大津市	2000年	記録映像、告知用PV
12	びわこハワイアン倶楽部	大津市	2009年	フェスティバル開催企画
13	㈱バンビシャス奈良	奈良市	2013年	バスケットボールチームPV制作
14	(公財)滋賀県交通安全協会	守山市	2012年	DVD制作
15	うーぴー企画	大津市	2007年	映像制作
16	㈲LOSwell	大津市	2009年	映像施工
17	㈱エフアイ	栗東市	2013年	デザイン・キャラクター制作
18	㈱古川与助商店	大津市	2013年	PV・会社案内制作
19	㈱遠藤製作所	草津市	2013年	PV・会社案内制作

＊ 　　　はイベント企画運営事業も受注している企業

非公開

知的資産と知的資産を生み出す価値創造マネジメント

コンテンツ制作における強み・知的資産・マネジメント

当社のコンテンツ制作（アートクリエイト）事業において、信用や評判を頂いている源泉は、大きく分けると2つあります。1つは、3D・CGを駆使した技術力。もう1つが、制作担当が直接対応して顧客の意図や課題を見極めながら、アナログ対応と自由な発想で生み出される提案力・クリエイト（創造）力です。これらが当社のコンテンツ制作における強みでもあります。

映像コンテンツ制作技術力

■ **3D・CG技術**
- イベントプロデュースの経験からステージ演出に早くより映像を使用。
- その為、オープニング映像やプロモーション映像などを得意としている。
- 特に、3D・CGを得意とし、フルCG映像などエンターテイメント性に溢れた映像も多く制作。
- 発売前の製品紹介や取扱説明書など、3D・CGでしか表現できない分野や工業系企業からの受注も頂く。

土佐明寛

安田徹郎

この2名がフライヤー等の印刷媒体も担当。

■ **制作スタッフ　土佐明寛**（色彩検定®1級）
- 学生バイトから入社し10年以上のキャリア。
- 美大卒で、ミュージシャン希望だったことから、当初から自身の紹介映像を手掛けていた。
- 高い技術力を基に、アニメーションや3D・CG映像をはじめ、キャラクターや「VOCALOID™（ボーカロイド）」作品なども手掛ける。
- 「TSO（トサオ）」の名で「ニコニコ動画」にも作品をアップ。**「動画絵師」**として好評を得て、エイベックス社、ドワンゴ社、ビクター社など大手音楽映像企業の作品も手掛けるほか、映像ソフトを使用するクリエイター向けの講演も行う。

■ **制作／技術スタッフ　安田徹郎**
- 2013年に当社に転職。
- 前職がイベント企画・制作会社で、5年間音響技術等を担当。
- 主にレイクスターズのゲーム演出やイベントにおける音響等のテクニカルディレクターをはじめ、レイクスマガジンの編集、2Dデザインコンテンツを担当する傍ら、土佐の指導の下で映像制作も手掛ける。

※ VOCALOID™ （ヤマハ株式会社HPより引用）
ヤマハが開発した歌声合成技術および、その応用ソフトウェアです。音符と歌詞を入力するだけで歌声に変換することができます。つまり、歌手を呼ばなくても歌声を作り出すことができます。
歌声の合成には、歌声ライブラリという、実際の歌手の声から取り出した歌声の断片を用います。
この歌声ライブラリを変えることで「初音ミク」「がくっぽいど」等のさまざまな歌声を作り出すことができます。
「ニコニコ動画」や“Youtube”には、これらの商品を使った音楽作品が多数アップされています。

映像制作の難易度

エンターテイメント映像	プロモーション映像	記録映像・研修用映像等
3D・CGやアニメーションなどを使用するため、専門ソフト等の導入や高度な映像技術・能力が必要。より効果的な演出が可能。	撮影した動画編集や画像処理技術が必要。動画制作を打ち出している企業の多くは、この技術を持ち合わせている。	撮影した動画の編集や画像処理が必要。事実等を伝える映像のため、PR用のような演出までする必要もない。

土佐が担当　安田が担当

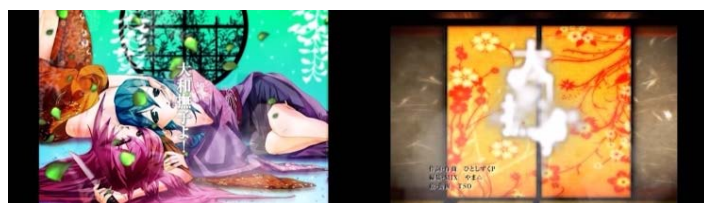
使用ソフト（平成27年7月末現在）

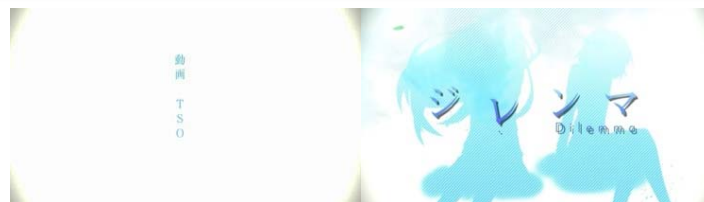
使用ソフト･アプリケーション	概要　特徴など（参考：wikipedia等）
Adobe After Effects	• 映像のデジタル合成やモーション･グラフィックス、タイトル制作などを目的としたソフトウェアであり、この分野では代表的な存在。 • 主に映画の映像編集、CM制作、テレビ、ゲーム、アニメ、Webなどのコンテンツ制作に広く利用されている。
Adobe Premiere	• 映像編集を目的としたノンリニア編集のソフトウェア。 • DV（デジタルビデオ）の映像などを簡単に編集可能。
Adobe Flash	• アニメーション、ゲーム、ウェブサイトのナビゲーション、音楽再生などのコンテンツを作るためのソフトウェア。
MAXON CINEMA 4D	• 3次元コンピュータグラフィックス（3D･CG）ソフトウェア。 • 「After Effcts」との連携が非常に強い。
Adobe Illustrator	• ベクターイメージ編集ソフトウェア。 • イラスト制作は勿論のこと、ロゴタイプや図面、広告、パッケージなどをデザインする描画ツールソフトとして、印刷業界などあらゆる分野で使用されている。 • また、プラグインを追加することで、CADや3D･CG機能などを拡張することもできるので、様々な分野のクリエイターが使用している。
Adobe Photoshop	• ビットマップ画像（※）編集ソフトウェア。 • 主に写真編集（フォトレタッチ）としての役割を担うソフトウェアとして、画像加工、イラストレーション、印刷業界などあらゆる画像分野で使用されており、この分野では代表的な存在である。主に写真などの加工に適しており、さまざまなフィルタやプラグインを追加することによって、機能を拡張することができる。 • 2次元コンピュータグラフィックス（2DCG）を代表するソフト。 • ビットマップ画像だけでなくベクターイメージ（※）を扱うこともできる。
Luxology modo	• 3次元コンピュータグラフィックス（3D･CG）作成ソフトウェア。

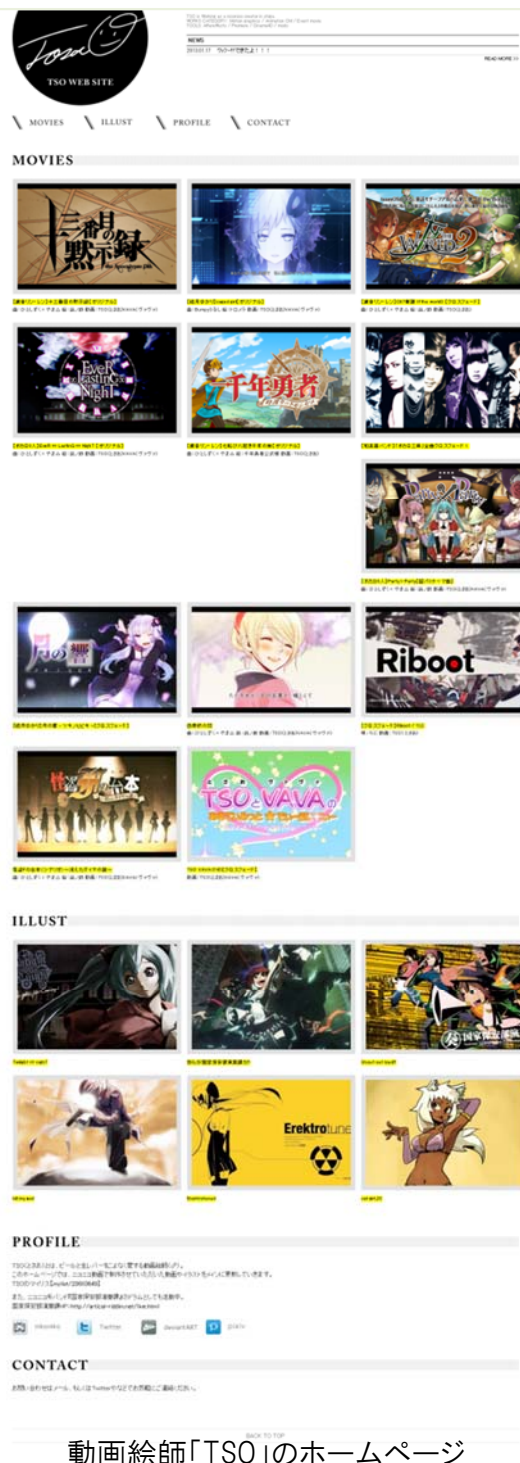
※ ビットマップ画像とベクターイメージ（ベクタ画像）
コンピュータグラフィックスにおける画像の表現形式で、ピクセル（画素）を用いたもの。画像をドットマトリクス状のピクセル群として捉え、RGB等の表色系に基づいたピクセルの色･濃度の値の配列情報として取り扱う。これに対し、幾何図形を作成するための情報を数値や式として表現したものをベクタ画像と呼ぶ。
（wikipediaより）

知的資産と知的資産を生み出す価値創造マネジメント

土佐（TSO）によるVOCALOID™キャラクター楽曲の3D・CGアニメーション映像事例

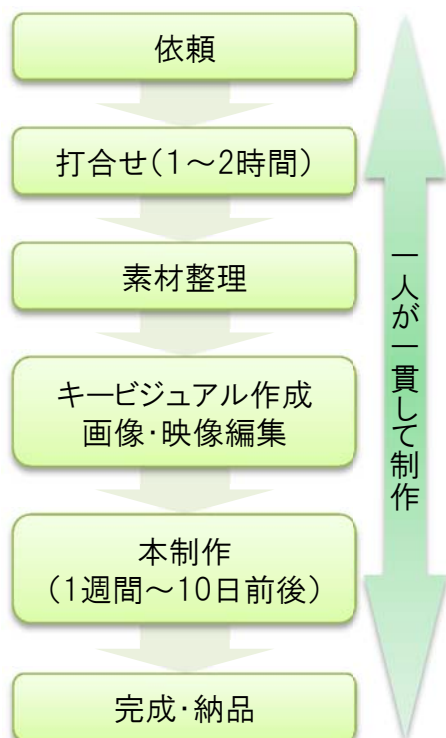
【イカサマ⇔カジノ（ feat.鏡音リン・レン）】オリジナルPV
レーベル：KarenT（クリプトン・フューチャー・メディア社）

【大和撫子（feat.初音ミク、巡音ルカ）】オリジナルPV
レーベル：KarenT

【迷走ラプソディ（アルバム「V love 25 -Desire-」内の楽曲）】オリジナルPV
レーベル：BinaryMixx Records
（ドワンゴ・ユーザーエンタテイメント社）

【ジレンマ（ feat.初音ミク）】オリジナルPV
レーベル：KarenT

動画絵師「TSO」のホームページ

※ 初音ミク ／ 鏡音リン・レン ／ 巡音ルカ
「クリプトン・フューチャー・メディア」から発売されている音声合成・デスクトップミュージック（DTM）用のボーカル音源、およびそのキャラクター。（wikipediaより）

知的資産と知的資産を生み出す価値創造マネジメント

提案力・クリエイト（創造）力　～映像制作の受注から納品までのフロー～

■ 提案力のポイント
- 目的、ニーズ、課題などを的確に捉えて提案。
- 顧客と制作担当が直接対応し、顧客の意図を汲みながら、すべて個別対応。
- 大手音楽映像企業等をはじめ、豊富な制作実績を基に、事例を交えながら提案。
- 納期、修正回数などを事前に明確にし、完成＝着地点を決定。

顧客のニーズ、意図、課題など本質を的確に見極めてコンテンツに反映。

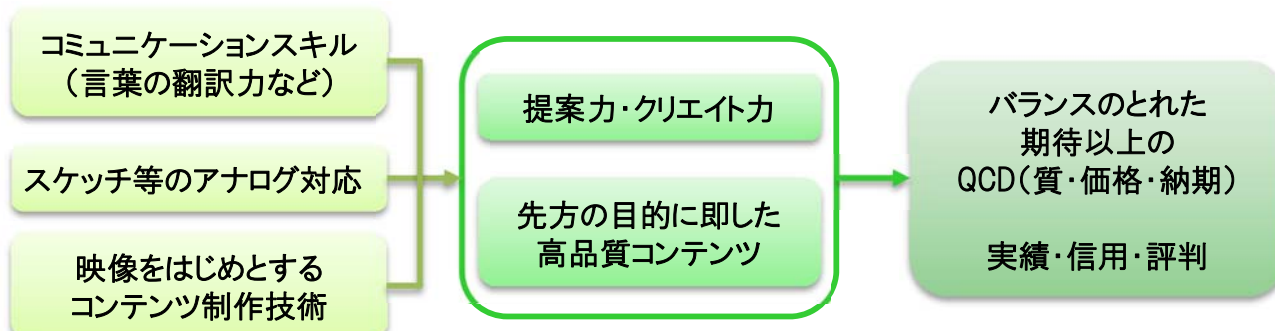
クリエイターの技術だけでなく、相手の言葉を翻訳し理解する能力も必要。

■ 依頼から打合せまでの対応
- 問合せ時に、制作コンテンツの使用目的や製作物のジャンル（PR映像、製品紹介など）や予算等を確認。
- ホームページ等で受注先企業の情報収集。

■ 打合せでの対応　～製作担当（土佐）が直接打合せ～
- 目的、頂く素材、予算等を確認。
- 予算に応じて制作事例を提示。
  - 修正限度回数と素材の量が金額の大きな決定要素。
  - 予算に応じて「完成（製作物の着地点）」の設定。
- 潜在的ニーズ・意図・課題の掘り起こし。
  - 雑談などもしながら意思疎通を図る。
  - 映像という「手段」を通じて、どのような目的を達成したいのかなどの目的や方向性を明確にする。
  - 必要があれば、その後に何度かメールで確認も行う。
- 社長・決裁権者の方の情報収集。
  - 年齢や趣味、音楽の好み等も映像に反映。

■ 素材整理
- 受注案件ごとの管理用フォルダを作成し、映像や画像データを整理。

■ キービジュアル作成（1～2日）
- アニメーションのキャラクターやタイトルロゴなど中心となるイメージ画像や素材の下準備。
  - 画像であれば、完成形の映像をイメージしながらラフ画を「ネタ帳」にスケッチ。（←アナログ対応）
    - ✓ 「ネタ帳」へのスケッチは、リフォームでCADに落とし込む前のラフ図面に相当。
  - 頂いた映像素材があれば編集。

■ 本制作　～予算に応じたクオリティで～
- ラフ映像を制作し先方に確認。
  - 構成、キービジュアル、配色、編集具合等を顧客に提示し、製作物の方向性や修正個所を確認。

キービジュアル作成のための「ネタ帳」へのスケッチ例

▼ 修正限度回数について
- 限度を定めないと、いつまでたっても完成に至らないため、限度回数を定めている。
  - ➢ ラフ映像が出来てからの配色変更等は、映像構成すべての修正にもなるため、別途料金を頂く。
  - ➢ こちらの過失であれば修正回数に含めない。

▼ 3D･CGの場合の単価 ： 非公開

＊ 土佐は当社の社員であると同時に、形式的には当社の受注先でもある。
＊ 「VOCALOID™」等の作品でのキャラクター画は、TSO（土佐）自身で描くだけでなく、「鈴之助」氏、「VAVA」氏などの外部クリエイターから原画を頂くことも多い。

☆ 納期遅延率：0%
⇒ 少なくとも納期の２日前には完成データを送って確認して頂くようにしている。

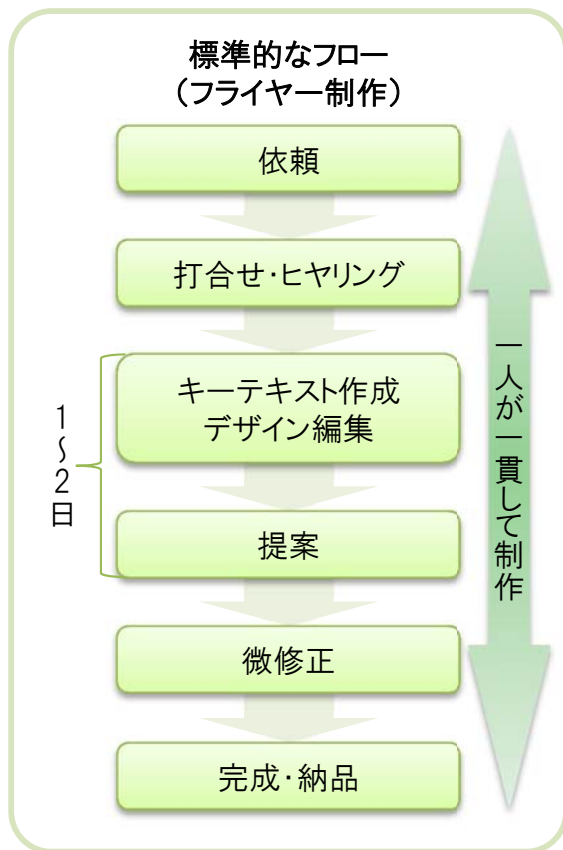
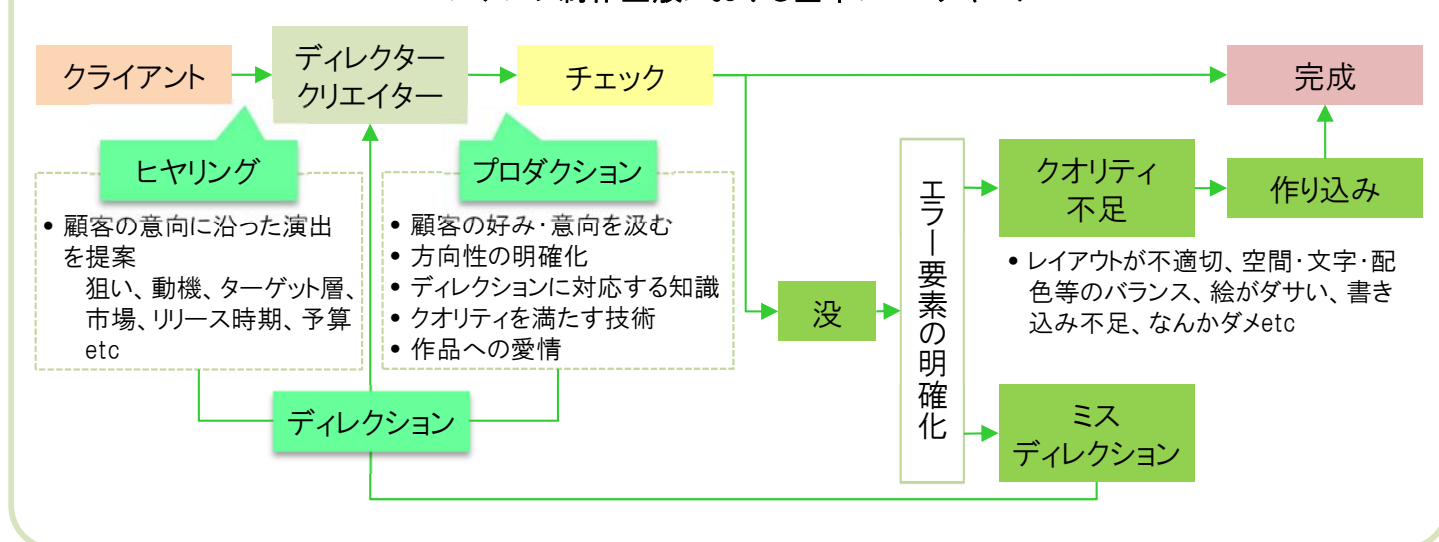
☆ 顧客の声の一例
- 期待に応えてくれる。
- 意図を汲んでくれている。

☆ 制作者（土佐）の声
- 打合せから完成まで一貫して行うことで、成果がダイレクトに見え、やりがいがある。

☆ 土佐に対する松崎の評価
- 映像等のコンテンツ制作が好きで、意欲的。
- 自費で独学するなど、仕事への責任感が強い。

提案力・クリエイト（創造）力　～フライヤー・ポスター等のデザインの受注から納品までのフロー～

■ 提案力のポイント
- 目的、ニーズ、課題などを的確に捉えて提案。
- 顧客と制作担当が直接対応し、顧客の意図を汲みながら、すべて個別対応。
- 顧客の好みや「キラキラした感じ」といった感覚を把握し、イメージサンプルを提示しながら提案。
- いかに喜んで頂けるかを考慮する。

知的資産と知的資産を生み出す価値創造マネジメント

クリエイティブさ生み出す自由な風土・組織マネジメント

当社では、社員はクリエイターであり、「雇用された従業員」というより、「創作活動の手段」で当社に所属しているという意識です。その意識での社員第一主義で、社員満足が顧客満足を生み出す。そのため、クリエイターには自由な発想で想像力を高めて創造力を発揮してもらうべく、自由な風土作りをしています。言い換えれば管理しない組織で、あるのは極端に言えば行動規範のみです。このようなマネジメントで、クリエイターの育成機会と場の提供、地域・企業に活力の提供という理念の実現を図っています。

行動規範・考え方

■ 利害が対立した場合の優先順位

1. 社員
2. パートナー企業（協力会社）
3. 顧客・クライアント
4. 株主

■ 8つの約束 《EGSの基本》

1. 真摯さ（素直、正直）
2. スピード
3. 約束厳守
4. 成果第一
5. プロ意識
6. 事実を直視
7. 妥協を許さない
8. 組織として出す成果

EGS’s Promise
適時アップデート

◎ 共有する価値観に照らし合わせて行動

共有の価値観を持つということは、経済的にも心理的にも、日々の充足感という意味で理に適っています。
共通の価値観を実現するよう心がけることで、事業の成果や、組織内での評価が決まります。
共通の価値観は変化します。日々実践しながら、合わなくなっていく部分を社員と話し合いながら都度アップデートさせていきます。
共通の価値観は抽象的な概念です。これは行動ではなく「考え方」を示すものだからです。
日々の行動や判断、意思決定は、共通の価値観を基に自分たちで考えて行動します。
今、私たちの大切にしたい「**8つの約束**」を《**基本**》と呼びます。

■ 社員に対しての考え方

- 社員はアーティスト
  - 制作及び技術スタッフは作業者ではない。
  - 制作は作業ではなく「創作活動」。
  - そのため、社員を“雇用している”という認識ではなく、社員は“創作活動の手段”として当社に所属しているという考え方。
- 社員を最優先
  - 顧客への価値創造のために、最も高い優先順位に位置づけ。

■ パートナー企業に対しての考え方

- 共存共栄、共走するチーム・同士
  - 元請・下請といった上下関係ではない。
  - 社員と共に顧客に価値創造する仲間。
- パートナーシップを組む上での選定基準
  - 技術等以上に、社風／当社との価値観の一致／人柄・フィーリング／気兼ねなくコミュニケーション出来ること／規模感等。
  - 技術等が高くても理不尽だったり真摯さがない企業とは取引しない。

自由なワークスタイル

■ 労使協定によるフレックスタイム制

- 《EGSの基本》の特に「真摯さ」のもと、時間で拘束せず、各自が自己の責任で自由なやり方で仕事をしてもらうため。
- 豊かな想像力で創造力を生み出すため。
- 服装も自由。

■ スケジュール管理

- タイムカードは使わず、クラウドで共有。
- 休日確認や振替休日等は自己申告。
- 出勤日数計算や管理は社長が行う。

■ 原則、朝礼・会議等は無し

- 日頃からコミュニケーションを取る。
- 《EGSの基本》以外に、詳細な規則はない。

クラウドによるスケジュール管理の画面

社員とのコミュニケーション・情報共有

■ **週1回のミーティング**
- 原則、朝礼や会議はないが、このミーティングで全員と確認をし合う。
- その週の最初に全員が集まる日に行う。

■ **ミーティング内容**
- スケジュール関係
  - ➢ 仕事の内容や進捗状況の確認
  - ➢ 休日の確認・調整
    - ✓ 休日は自己申告だが、勝手に変更はせず、全員の進捗状況等で調整する。
- 業務関係
  - ➢ 依頼案件や創作物等のクオリティに対する意見交換、批評、フィードバック。
  - ➢ 一つひとつの案件に対して、できるだけリアルタイムに行う。

■ **社員との懇親**
- 最低月1回は、全員で飲み会。
- 適時一緒に食事に行くなど、意思疎通を図る。

社員との懇親会の様子

◎ **前提として社員を信用**
- 自由に仕事をしてもらうべく、相手を信用する。
  - ➢ 採用の時から相手を信用。
    - ✓ 信用できないと判断したら不採用。
    - ✓ 社長の前職（バー経営）の経験から。

行動規範 / 社員を信用 → 自由なワークスタイル → コミュニケーション情報共有 → 自由な風土組織

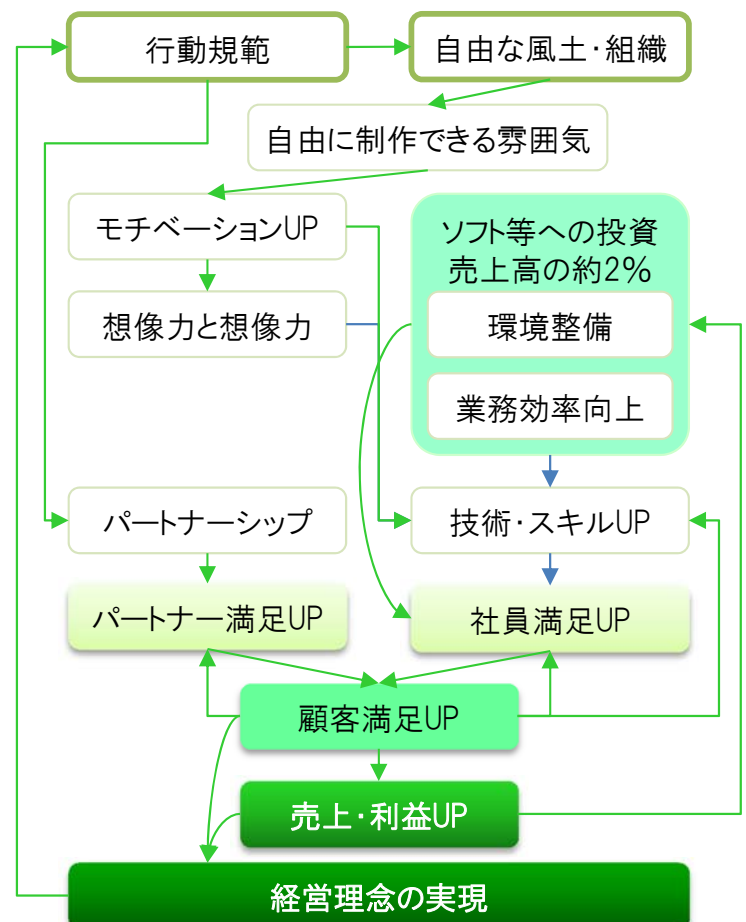
■ **パートナー企業との懇親**
- 適時、パートナー企業と当社全員で打ち上げやお疲れ会などの飲み会を行ない親睦を深める。

業務環境整備、モチベーションアップ

■ **社員の希望でソフト・設備等を導入**
- ソフト、プログラム、映像処理を行う高パフォーマンスパソコン等は、全額会社負担。
- 「ほしいものリスト」による検討
  - ✓ 社員が購入してほしいソフトやプログラム、備品等について、金額・優先度を記して社長に提出。
  - ✓ 社長が、個別にヒヤリングをして金額・優先度を考慮。
  - ✓ 利益の中から出来る限り購入。

⇒ 作業しやすい環境作りや作業効率の向上、クオリティアップに繋げる。

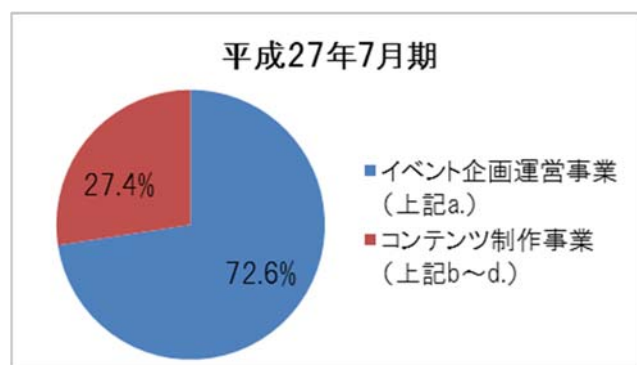
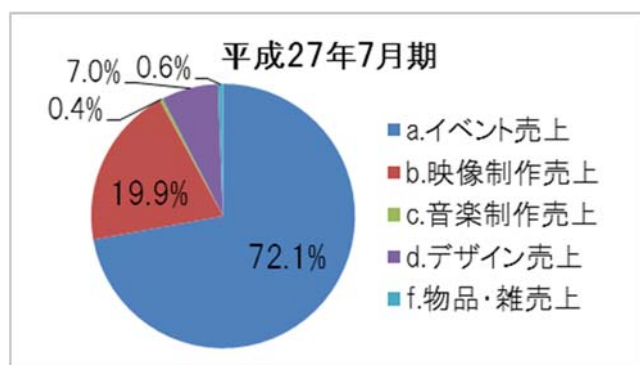
■ **育成・教育**
- 行動規範の徹底の他、礼節や立ち居振る舞い等は社長が指導。
- 展示会等への視察やスキルアップ等のための時間確保などもバックアップ。

★ 今後は、資格取得等の社員の要望にもバックアップできるようしていく。

過去3ヶ年の売上高・利益率

	平成25年7月期		平成26年7月期		平成27年7月期		前年比
	金額	割合	金額	割合	金額	割合	
a.イベント売上		79.0%		70.5%		72.1%	
b.映像制作売上		17.6%		20.9%		19.9%	
c.音楽制作売上		1.8%		2.5%		0.4%	
d.デザイン売上		1.3%		[illegible]		7.0%	
f.物品・雑売上		0.3%		1.2%		0.6%	
合計		100.0%		100.0%		100.0%	

金額は非公開

イベント企画運営事業（上記a.）		79.0%		70.5%		72.1%	
コンテンツ制作事業（上記b～d.）		20.7%		28.3%		27.3%	

金額は非公開

変動損益計算書	平成25年7月期		平成26年7月期		平成27年7月期		前年比
	金額	構成比	金額	構成比	金額	構成比	
売上高							
a.売上原価							
b.外注費							
c.旅費交通費							
d.運賃							
e.イベント諸費用							
f.会場付随費用							
変動費（a.～f.）							
限界利益							
固定費							
⇒人件費以外							
⇒役員報酬・給与等							
経常利益							
特別損益							
税引前当期純利益							
法人税等							
当期純利益							
損益分岐点							
損益分岐点比率							
従事者（パート・バイトは1/2計算）	3		3		3		100.0%
役員・社員	3		3		3		100.0%
パート・バイト	0		0		0		－
一人当たり売上高							
一人当たり限界利益							
一人当たり営業利益							
一人当たり人件費							

非公開

＊固定費・・・販管費－変動費＋営業外費用－営業外収益
＊変動費はすべて、イベント企画運営事業にかかるもの

イベント売上対変動費	64.8%		68.9%		65.8%	平均	66.6%

業績等

財務分析と業界比較

指標	算式	単位	H26/07 数値	H26/07 増減	H27/07 数値①	H27/07 増減	広告制作業 業界平均②	広告制作業 差異①-②
□ 収益性								
売上高総利益率	粗利益÷売上高	%	非公開				59.3%	非公開
売上高営業利益率	営業利益÷売上高	%					0.1%	
人件費対売上高比率	(給料賃金+福利厚生費+専従者給与)/売上高	%					33.5%	
諸経費対売上高比率	(経費合計-人件費-減価償却費-外注工賃)/売上高	%					25.6%	
□ 効率性								
総資本回転率	売上高÷資産合計	回	非公開				2.9	
商品回転期間	棚卸資産÷1日あたり売上高	日						
受取勘定回転期間	(受取手形・売掛金+割引手形)÷1日あたり売上高	日					54.8	
支払勘定回転期間	(支払手形・買掛金)÷1日あたり売上高	日					73.0	
□ 生産性								
従業者1人当たり売上高	売上高÷従業者数	千円	非公開				15,233	
粗付加価値額	控除前所得金額+人件費+減価償却費+支払利息割引料	千円						
従業者1人当たり粗付加価値額	粗付加価値額÷従業者数	千円					4,783	
従業者1人当たり人件費	(給料賃金+福利厚生費)÷従業員数	千円					4,365	
□ 安全性								
当座比率	現預金合計+受取手形・売掛金/流動負債合計	%	非公開				248.5%	
流動比率	流動資産÷流動負債	%					311.2%	
借入金回転期間	短期・長期借入金÷平均月商	月					5.3	
自己資本比率	自己資本÷負債・資本合計	%					-33.5%	
損益分岐点比率(経常利益)	(経費・営業外収支合計-外注工賃)÷限界利益率	%					102.3%	

＊中小機構「小規模事業者の事業計画づくり・サポートキット」を基に、粗利益は限界利益に置き換えて作成
＊【業界平均②】日本政策金融公庫「小企業の経営指標2014(サービス業-広告制作業)」より抽出
＊ は前年比悪化または業界平均を下回った項目

現状の主な課題

◆ **イベント企画運営事業における課題**

- 自社で運営管理ができるキャパシティ
  - 管理能力、提案力、企画・プロデュース・運営力は社長の人的資産に依存。
  - 非公開
  - それ以上の受注を受けると、管理ができにくくなり、パフォーマンスも落ちる。
- 人材育成の必要性
  - 時間をかけて育成するためにも、利益確保が必要。
  - イベント企画・運営は、受注額は大きいが、外注費等の変動費も多いのに比べ、コンテンツ制作はほぼ変動費もゼロ近い。
  - イベント企画・運営の受注は現状維持で、培ったノウハウ・強みをもとに、利益性の高いコンテンツ制作の受注拡大を行い、安定的経営の基盤を作る。

◆ **コンテンツ制作事業における課題**

- コンテンツ制作では他社と競合
  - 大手は良い作品を制作する企業をネットで探し発注する。
  - イベント企画運営事業では口コミで受注が来たが、イベント企画・運営で培った技術・ノウハウなど知的資産の活用をしつつ、自社の強みやウリ、差別化要因を打ち出したHP等が必要。
  - 映像コンテンツ制作を中心に、対象顧客は業者などのプロであるため、特に打ち出したい用途・ジャンルの明確化。

今後の目標と展開

コンテンツ制作を伸ばす3ヶ年事業計画

当社の今後の事業計画として、イベント企画運営事業は売上ベースで現状維持を図り、これまで培ったノウハウ・強みをもとに、利益性の高いコンテンツ制作事業の市場開拓と受注拡大を図り、より安定的な経営の基盤を作っていきます。そのためにも、社員2名の補助役としてアルバイトを雇用し、さらには制作スタッフの雇用も視野に入れていきます。

コンテンツ制作における戦略・マーケティング

■ **ターゲット・対象市場**
- 東京・首都圏の映像等の企画制作企業
  - ➢ 映像をはじめコンテンツ制作の企画をする企業の9割以上は首都圏に集中。
  - ➢ 自社でクリエイターを抱えていない企業が多く、外注先や優秀なクリエイターをHPで日々探している。
  - ➢ 特に3D・CG・アニメーション系の映像制作ができる企業・クリエイターを探している。
- 滋賀県内には、強みを存分に生かすことができる市場・ニーズがない。

■ **主なコンテンツと平均単価**
- 3D・CG・アニメーション系の映像
- 平均単価＝ 非公開
  - ➢ 3D・CG映像コンテンツは現状もこれぐらいの単価

■ **販路・プロモーション**
- ホームページからの受注

■ **根拠となる強み**
- 首都圏という競争が激しい中で、地方の当社が受注が見込める根拠
  - ➢ イベント企画運営事業で培った映像技術や提案力、コンテンツ制作実績
  - ➢ エイベックス社など大手企業からの受注実績 （☛P.15参照）

■ **展望**
- 雇用・地域活性
  - ➢ 県内の若手クリエイターにとって「県内で中央の大企業から受注している会社がある」という希望。
  - ➢ 首都圏の企業からの受注拡大を図り、県内のクリエイター意欲の活性と雇用の促進により、地域活性を目指す。

■ **必要な対策や課題**
- 当社の強みや制作実績等を掲載するなど、訴求力のあるホームページの制作

第9期～11期の3ヶ年における主な目標

■ **売上目標**
- イベント企画運営事業・・・売上高ベースで現状 非公開 維持
  - ➢ 平成27年から実施の「オクトーバーフェスト&ジャズフェスin野洲」が5年継続
    - ✓ 非公開
- コンテンツ制作事業・・・第11期の売上目標は 非公開
  - ➢ 首都圏の企画制作企業を中心に3D・CG等を使った高単価コンテンツの受注
  - ➢ 非公開
- 技術企業等とのコラボ
  - ➢ 例）センサー技術と映像制作のコラボによって、効果ある演出、また魅力ある空間作り。

■ **人材・雇用**
- 社員の助手としてパート・アルバイトを2名採用
  - ➢ 非公開 をはじめとする学生等をアルバイト採用し、育成も図る。
  - ➢ 11期にはクリエイター社員1名も採用。

■ **業務環境改善**
- 利益創出による制作ソフト等への投資
  - ➢ スキルアップ、業務効率アップを図り、アルバイト雇用することで制作日数の短縮も図る。

今後の目標と展開

第9期～11期の3ヶ年売上・利益計画

	平成28年7月期		平成29年7月期		平成30年7月期	
	金額	割合	金額	割合	金額	割合
イベント運営企画事業	非公開					
コンテンツ制作事業						
合計						

損益計算書	平成28年7月期		平成29年7月期		平成30年7月期	
	金額	構成比	金額	構成比	金額	構成比
売上高	非公開					
売上原価						
売上総利益						
販管費						
営業利益						
営業外損益						
経常利益						
特別損益						
税引前当期純利益						

変動損益計算書	平成28年7月期		平成29年7月期		平成30年7月期	
	金額	構成比	金額	構成比	金額	構成比
売上高	非公開					
変動費						
限界利益						
固定費						
⇒人件費以外						
⇒役員報酬・給与等						
経常利益						
損益分岐点						
損益分岐点比率						
従事者（パート・バイトは1/2計算）						
役員・社員						
パート・バイト						
一人当たり売上高						
一人当たり限界利益						
一人当たり営業利益						
一人当たり人件費						

＊変動費(※)は過去の実績から、イベント企画運営事業売上の70％で計算（☞P.24参照）
※ 変動費=売上原価+外注費+旅費交通費+運賃+イベント諸費用+会場付随費用

あとがき

知的資産経営報告書とは

知的資産とは、従来バランスシートに記載されている資産以外の「無形の資産」であり、企業や事業所における競争力の源泉である人材、技術、技能、知的財産（特許・ブランド等）、組織力、経営理念、顧客とのネットワーク等、財務諸表には表れてこない、目に見えにくい経営資源の総称を指します。

知的資産経営報告書とは、これら「知的資産」を、顧客、取引先様、従業員、株主といったステークホルダー（利害関係者）に対し、「知的資産」を活用した企業価値向上に向けた活動≪価値創造ストーリー≫として、目に見える形でわかりやすくお伝えし、企業や事業所の将来性に関して認識を共有化していただくことを目的に作成するレポートのことです。

本報告書ご利用上のご注意

本報告書の掲載内容は、全て現在入手可能な情報をもとに、当社の判断にて掲載しています。
そのため、将来の経営環境（内部環境及び外部環境）の変化によって、これらの記載内容等を変更すべき必要が生じることもあり、その際には本報告書の内容が将来実施又は実現する内容と異なる可能性もあります。よって、本報告書に掲載した内容や数値等を、当社が将来に亘って保証するものではないことを、十分にご了承願います。

作成支援・監修 外部専門家

本報告書の作成にあたっては、本報告書の記載内容につき、その客観性を維持・向上させる趣旨から、次に掲げる専門家のご支援を賜りました。

- エフォート行政書士事務所　中島 巧次（行政書士 / 知的資産経営認定士）
  所属 ：滋賀県行政書士会、日本知的資産経営学会 正会員
  登録 ：公益財団法人滋賀県産業支援プラザ　登録専門家

■お問合せ先
株式会社EGS
〒520-2331　滋賀県野洲市小篠原820-16
TEL ：077-535-5057　 FAX：077-535-5057
■担当者
代表取締役　松崎 悦子
■発行
2015年10月31日

「伝えたい想い」を
「伝わるカタチ」に